

平成 28 年度弘前大学グローバル人材育成事業
学生市民等協働プログラム実施報告書

台湾人観光客数増加のための 弘前市ガイドブックの開発



弘前大学グローバル人材育成事業成果報告書

弘前市や青森県は、積極的に外国人観光客を誘客し、着実に成果をあげている。たとえば、平成 27 年に青森県に宿泊した外国人観光客は 10 万人をこえ、過去最高を記録した。このように青森県を訪れる外国人観光客が増えているが、この中でも台湾からの観光客が著しく多い。東日本大震災以前と比べると、台湾からの観光客数は 218.8% 増となっている。このことから、インバウンド観光を通じて地域活性化をはかる青森県や弘前市は、台湾を海外からの誘客における重点エリアの 1 つに位置づけている。事実、弘前市内ではインバウンド観光に対応して多言語化した観光マップの製作や弘前市長によるトップセールスが積極的に展開されている。その結果、弘前市内では外国人観光客を受け入れる体制が整ってきている。

このような一定の成果をあげてはいるものの、日本国内のほかの都市と比べると海外における弘前市や青森県の認知度はまだまだ低い。残念なことに、海外に対して弘前や青森県の魅力や価値を正しく伝えられていない。ただ、この点を是正することができれば、より多くの外国人観光客の誘客が期待できる。そのためには、弘前市や青森県の魅力や価値を情報発信できる人材の育成が欠かせない。

本事業では、将来的には台湾において販売することを念頭に、弘前市に特化したガイドブックを開発することであった。そのために、台湾高雄において弘前市の認知度を調査しようとした。具体的には、「誰をターゲット (WHO)」にして「どんな情報 (WHAT)」を「何を軸として発信する (HOW)」か、9 月 13 日-16 日にかけて現地調査を実施した。詳細は後述するが、思わぬトラブルに見舞われたことで現地調査スケジュールは大幅に変更せざるをえなかった。そのため結果的には、弘前市を中心とした青森県のガイドブックの作成となってしまった。

なお本事業は、仮説検証型調査を中心として遂行した。あらかじめ、本学に在籍する台湾人留学生や 7 月に本学を訪問した開南大学 趙先生へのインタビュー調査や書籍・インターネットによる情報をもとに、ターゲットや掲載内容について仮説を設定した。その仮説を基に、ガイドブック草案を作成し、台湾高雄にて検証作業を行った。その検証結果や新しい発見事実をふまえてガイドブックを作製した。このため、以下の事業報告も台湾高雄での調査以外についても記している。具体的には、台湾高雄訪問前後の作業内容である。

最後に、事業遂行にあたっては、多くの方にお世話になった。特に、本事業中一貫して、株式会社コンシス代表取締役 大浦雅勝氏と同社グローバル戦略事業部マネージャー 成田瑞穂氏にはお力添えを賜った。御二方はいつも、学生の活動を温かく見守ってくださりつつも、厳しく指導してくださった。おかげで、ガイドブックの作成まで到達することができ、また学生たちは知的にも精神的にも大きく成長することができた。この場を借りて心から厚く御礼を申し上げたい。

このほかに、日本航空高雄支店支店長 北村克紀氏や台湾交流協会高雄事務所副所長 山下文夫氏には高雄での調査やその後の追加調査にも快く応じていただいた。また、高雄大学人文社会科学部学部長 陳志文氏にはガイドブックの翻訳や校正作業で一方ならぬご協力を賜った。この場を借りて厚く御礼申し上げたい。

このほかにも多くの関係者の皆様にお世話になった。本事業にかかわってくださったすべての皆様に厚く御礼を申し上げたい。私が至らないばかりに多くのご迷惑をおかけしまったが、どうかこれに懲りず今後とも弘前大学の教育研究活動にご協力くださるよう心よりお願いいたします。

2017年3月10日

人文社会科学部 高島克史

目次

1. 本事業の概要
2. 事業参加者リスト
3. 活動報告
4. ガイドブックの内容
5. 参加学生の感想

1. 本事業の概要

1.1 本事業の目的

本事業は「台湾人観光客を対象として弘前市に特化した観光ガイドブックの開発」を行うことである。近年、外国人観光客を積極的に誘客するイベントやキャンペーンが企業にとどまらず、国や自治体で展開されている。その成果もあって、年々日本を訪れる外国人観光客が増加している。特に、台湾からの観光客数の増加は目を見張るものがある。

平成 27 年発行の『観光白書』によれば、2014 年の訪日外国人観光客数は 1341 万人であり、過去最高であった。その内訳をみると、約 80%がアジア圏からの観光客であった。特に、台湾からの訪日観光客は全体の 21.1%(283 万人)を占めており、昨年度はどの国や地域よりも多くの人々が訪れている。過去 3 年を振り返ってみても、平成 25 年度が 147 万人、平成 26 年度が 221 万人の訪日客がおり、堅調に増加している。このことから、台湾における日本への興味関心が高まっていることがうかがい知れる。

次に、台湾人観光客の訪日動機をみると、「ショッピング(69.6%)」「日本食を食べる(66.9%)」「自然・景勝地観光(55.1%)」「日本の歴史伝統文化体験(20.6%)」となっている。このような訪日動機を反映して、昨年度台湾人観光客は 3544 億円を日本国内で消費した。台湾人訪日観光客の増加を反映して、日本国内の消費額も毎年堅調に増加している。このほかにも、観光庁は、インバウンド観光を促進するためのビジット・ジャパン事業により、2014 年 9 月に開催された台湾での大規模旅行即売会に出展し、訪日プロモーションを展開した。このように、台湾はわが国のインバウンド観光において非常に重要な国である。わが国は積極的に台湾からの観光客誘客に取り組んでいる。

ここで、弘前市や青森県の台湾人観光客に対する取り組みに目を転じてみたい。結論を先取りすれば、弘前市や青森県も、台湾人観光客の誘客には積極的である。台湾人観光客に対応した観光マップの製作や市長自らのトップセールスなどがその代表である。その結果、弘前を訪れる台湾人観光客も年を追って増えてきている。また、台湾人観光客の観光動機に着目すれば、弘前市は、より多くの外国人観光客の誘客できる可能性に開かれている。

しかし、日本国内のほかの都市と比べると海外における弘前市や青森県の認知度は低い。さらには、台湾においては弘前市はおろか青森県について正しく情報提供され

ているわけではない。

このように、弘前市内ではインバウンド観光に対応して多言語化した観光マップの製作やトップセールスが積極的に展開されている。その結果、弘前市内では外国人観光客を受け入れる体制が整ってきている。その一方で、海外では弘前や青森県の魅力や価値を正しく伝えられているわけではない。この点を是正することができれば、より多くの外国人観光客を誘客できる。このような認識の下、「台湾人観光客を対象として弘前市に特化した観光ガイドブックの開発」を目的として取り組んだ。

1-2. 本事業における教育目的

本事業の目的は以下の3つである。

ガイドブックの作成とそのための調査を通じたマーケティング能力の養成である。弘前をはじめ地域が抱える課題の1つはマーケティング力の弱さにある。すなわち、「魅力的な資源や商品を有しているにもかかわらず、それを売り込むことが上手くない」という課題である。これら課題に対応できるような能力を養成することが本事業1つ目の目的である。

第2に、弘前市のインバウンド観光に取り組むことで、弘前市をはじめとした地域よりよく理解することができる。地域課題に対して主体的に取り組むことによって、地域をよりよく理解し、より愛することができるようになる。これによって、地域活性化に貢献するような人材育成にもつながる。

第3に、チームで課題解決に取り組むことによるジェネリック・スキルの養成である。ジェネリック・スキルはリテラシーとコンピテンシーという2つの能力から構成される。リテラシーは、「習得している知識をもとに問題解決にあたる力」をさす。本事業では、まず台湾における日本のガイドブックの検証を行う。ここでは、学生がこれまで学んできた経営学や社会学等の知識に基づいて取り組むことになる。これによって、習得している知識の確認やこれから習得すべき知識を理解することが期待される。次に、コンピテンシーは、経験を通じて得られる特性をさす。具体的には、コミュニケーション能力・ストレス耐性・状況を見て行動や目標を修正できる柔軟性などが含まれる。本事業に参加する学生は、台湾や海外をフィールドでの活動は未経験である。そのため、本事業の経験を通じてジェネリック・スキルを養成することが第3の目的である。

1-3. 期待される地元への効果

台湾をフィールドに現地であつた情報をもとに、企業と連携しながらガイドブックを作成することを通じて、商業ベースにたえうるようなガイドブックを作成することができる。これを台湾において販売あるいは配布することで、これまで弘前や青森県を知らなかったために訪問することがなかった台湾人観光客の誘客が期待できる。このことが実現できれば、より地域の活性化が期待される。さらに、台湾人観光客の誘客に成功すれば、韓国・タイ・マレーシア・オーストラリア・中国など他国を対象としたガイドブック作成といった次なる展開も期待できる。

次に、台湾における現地調査を通じて、これまで気づいてこなかった弘前市の価値を発見できる。たとえば、弘前といえば「りんご」「雪」「酒」などはずでによく知られている。しかし、調査を通じてこれらに代わる魅力的素材を発見することが期待される。

本事業は、弘前市のガイドブックを作成し、それを販売もしくは配布しようとするものである。弘前だけに特化したガイドブックを海外で販売・常置することで、長期間にわたるPR効果が期待される。

1-4. 現地調査スケジュール(予定)

実施期間：2016年9月13日から16日

9月13日(火) 弘前～青森空港～羽田空港～成田空港～高雄国際空港

9月14日(水) 午前：日本航空公司高雄事業所インタビュー調査

午後：現地旅行法人東南旅行社インタビュー調査

百貨店果物販売コーナーと書店視察,

9月15日(木) 午前：台湾交流協会高雄事務所インタビュー調査

午後：高雄大学学生とアンケート調査

9月16日(金) 高雄国際空港～成田空港～羽田空港～青森空港～弘前

2. 本事業参加者リスト

2-1. 大学関係者

(教員)

高島 克史(弘前大学人文社会科学部准教授 本事業代表者)

森 樹男 (弘前大学人文社会科学部教授)

(職員)

金沢 伸也(社会連携部社会連携課 課長補佐)

工藤 侑子(国際連携本部)

(学生)

中川 慧美(弘前大学人文学部4年生)

今 悠里(弘前大学教育学部3年生)

大槻 俊太(弘前大学人文学部3年生)

佐藤 杏奈(弘前大学人文学部3年生)

鈴木 千遥(弘前大学人文学部3年生)

関谷 駿輔(弘前大学人文学部3年生)

蜂谷 志歩(弘前大学人文学部3年生)

本間 朱莉(弘前大学人文学部3年生)

2-2. 協力企業

大浦 雅勝(株式会社コンシス 代表取締役)

成田 瑞穂(株式会社コンシス グローバル戦略事業部マネージャー)

2-3. 現地協力者

北村 克紀(日本航空株式会社高雄支店支店長)

山下 文夫(公益財団法人交流協会高雄事務所副所長)

2-4. ガイドブック翻訳・校正協力

陳 志文(国立大学高雄大学人文社会科学部学部長・教授)

3. 事業活動報告

3-1. 4月～5月：情報収集

4月は、本事業のスケジュールの確認と台湾について知ることからスタートした。そのためまずは、インターネットを通じて台湾についての情報収集とその整理や台湾人留学生へのヒアリング調査から始めた。その結果、「台湾人はとても親日的」「日本との距離が近い」「訪日観光客は第1位」となっていることが分かった。

さらに、調査を進めていくと青森県が台湾に向けてPR活動を行っていることも分かった。青森県知事やリンゴ娘が台湾を訪問し、青森県のPR活動を行っていて青森県のリンゴ知名度が台湾人の5割の人々が知っているというアンケート結果もあった。積極的なPR活動の結果、台湾で人気のあるドラマでは青森県の観光施設である弘前城や鶴の舞橋などが撮影地になり、台湾人観光客が多く訪れていることも分かった。このように4月は主に、情報収集と整理といったように情報をインプットすることを中心に活動を行った。

写真1. 情報収集の様子



5月からは、「ガイドブックのコンテンツとして何を掲載するか」といったようにアウトプットすること念頭に、台湾からの誘客効果が期待できる情報は何か、という視点から引き続き情報収集を行った。

3-2. 6月：ガイドブック作成に向けた取組開始

5月下旬に本事業の採択が決定した。事業採択を受け、6月10日に株式会社コンシスを訪問した。そこでは、何のためにガイドブックを作成するのか、基本的な問題意識や目的について意見交換を行った。そして、ガイドブック作成を通じて「外国に対する情報発信による外国人観光客の増加・消費額の向上」という経済的な目的のみならず、「外国への情報発信によって地域にビジネスチャンスが生まれることを示す」という地域社会への貢献も視野に入れた活動を行うことが確認された。

写真2. 企業訪問の様子



最初の企業訪問を踏まえ、ガイドブックの掲載内容に関する検討をはじめた。当初は、定石通りに弘前市の強みを生かしたガイドブックの作成を検討していた。そのために、まずは台湾の書店に売られているガイドブックを取り寄せ、その掲載されている内容の調査を行った。その調査によれば、ガイドブックでは歴史的建造物や青森県の温泉などを中心的に掲載していた。そういったガイドブックと差別化するためにはどういったガイドブックにするべきか、アイデア出しをはじめた。

写真3. 台湾で販売されているガイドブックの一頁



台湾において弘前市や青森県を扱ったガイドブックの特徴として以下の2点が指摘された。

第1に、全体的に文字が多く写真が少ないことである。そのため、いわば教科書のような読みものになってしまっている。その結果、文章を一通り読まなければそれが何なのか伝わらず、わかりづらいものになっている可能性が高い。

第2に、建造物の写真やチェーン店の情報が中心であり、残念ながら弘前市はおろか青森県固有の食や文化などの魅力が伝えられていなかった。その結果として、青森県にはそもそも食べるところや文化体験するところなどの魅力がないように映っていた。

このような考察にくわえて、企業訪問を繰り返す中で、青森県の台湾に対するニュースや青森県のデータを参考に次のような仮説をたてるに至った。すなわち、「台湾において広い認知度をもつりんごを最大限に活用したガイドブックを作成することで、台湾人の弘前市に対する興味を持たせることができる」という仮説である。

また9月13日から16日にかけて台湾高雄を訪問することが正式に決定した。それ

に伴い、現地で訪問する企業のアポイント取りをおこなった。その結果、9月14日10時から日本航空高雄支店でのインタビュー調査、同日14時から現地旅行法人東南旅行社でのインタビュー調査、翌15日10時から交流協会高雄事務所でのインタビュー調査、同日13時から日本語が話せる高雄大学学生とペアになってアンケート調査を実施することが決定した。具体的なインタビュー内容は以下の通りである。

日本航空高雄事務所に対する質問事項

ツアーの作成について

- ・ツアーを計画する際、何を最初に決めているのか
- ・日本旅行で台湾人が喜ぶ（人気の）コンテンツは何なのか
- ・JALのターゲットと実際の客との違いはあるのか

JAL Web サイトについての質問

- ・トップページになぜ青森と山形があるのか
- ・青森のページに載せているコンテンツはどの基準で載せているのか
- ・写真の選定基準はなにで決めているのか

ツアーを勧める側への質問

- ・旅行を計画している中で、最初から日本に来たいと思っている人はどれくらいか
- ・日本旅行を計画する際、どれくらいの予算で計画しているのか
- ・青森のツアーを希望している人で多い年代はどの年代か
- ・青森のツアー・日本のツアーを勧めるときはどういう人に勧めているのか

実際に青森に旅行をした台湾人についての質問

- ・青森で喜ばれているコンテンツは何か
- ・ツアー中の自由行動はどこに行く人が多いのか
- ・自由行動のときにガイドブックを使用している人はいるのか
- ・タクシーのツアーを利用する台湾人はガイドブックを使用しているか
- ・お土産で選ばれているもので多いものは何か
- ・青森のツアーに参加した台湾人がよかったと思うこと・不満だと思うことはあるか

東南旅行社に対する質問事項

ツアーの利用状況に関する質問

- ・日本のツアーはどれくらい利用されているのか？
- ・青森のツアーはどれくらい利用されているのか？（⇒ガイドブックの販売数）

ツアーの宣伝に関する質問

- ・普段パンフレットを配布して宣伝することはあるのか？
- ・ツアーを利用する人は何を見て利用しているのか？

ツアー内容に関する質問

- ・何を目的で旅行/ツアーを利用している人が多いか？
- ・自由時間はどこに行くのか？ どのような指示をしている？
- ・十和田湖/奥入瀬/白神山地（十二湖）/八甲田を選んだ理由
- ・宿泊施設の理由
- ・奥入瀬が日本のページのオススメにあるのはなぜか？

ガイドブックに関する質問

- ・ガイドブックを販売したり、配布したりしているか？
- ・ガイドブックを売るならどんな所においたら良いか？
- ・ツアー料金に含めてガイドブックを配布することは考えているか？
- ・どういう情報・内容がのっているガイドブックならツアー・旅行代理店におきたいか？

青森に関する質問

- ・シーズンごとに掲載内容も変えていると思うが、秋以外の季節では青森はのっているのか？ どのシーズンが人気か？
- ・今後、オススメしていきたい観光地や食べ物はあるか？
- ・ツアー後のツアー客の反応は？（年代・同行者は？）

台湾交流協会に対する質問事項

日本に来る台湾人に関する質問

- ・日本にくる台湾人がなぜ増えているのか？
- ・日本に来る人の平均年収
- ・台湾人と日本人の違い

青森に関連する質問

- ・台南市と弘前市で交流が盛んに行われているが交流が始まったきっかけとは？
- ・交流が始まってから変化はあったか？
- ・交流を通じて今後どのような活動をしていきたいか？
- ・台湾人にとっての青森のりんごのイメージとは？

3-3. 7月-8月：ガイドブックに掲載するコンテンツ選定

ガイドブックに掲載する主要なコンテンツとしてはりんごを据えることが決まった。しかし、それだけではりんごを紹介するものにとどまってしまうことが懸念された。そこで、他のコンテンツとしてどういったものが台湾人にとって興味のあるものなのかを調査した。

まずは、ドラマの撮影地である青森県の大きな観光施設や自然景勝である。弘前公園やりんご公園などの観光施設はもちろんのこと、奥入瀬溪流や八甲田山などの自然景勝地がここ数年、台湾人が多く訪れていた。そこで、青森県の有名な観光施設や自然景勝を挙げ、どういったものが台湾人にとって興味のあるものなのかを台湾でアンケート調査することとした。その結果を用いてガイドブックに載せるコンテンツを選定しようとした。

アンケート項目

問1 あなたの性別は？

男・女・その他

問2 あなたの年齢は？

10～19歳・20～29歳・30～39歳・40～49歳・50～59歳
60歳以上

問3 旅行で日本に来たことがありますか？

ある・ない ある方☞1回・2回以上 (ない方は問6へ)

問4 旅行で青森に来たことがありますか？

ある・ない ある方☞地名「 」

問5. 日本に来て不便だったことはなんですか？（複数回答可）

言語・交通・無料公衆無線LAN環境・換金所・観光案内所に関する情報・
その他（ ）

問6. 旅行の際、ガイドブックは使用しますか？

する・しない

問7. 海外旅行の際、ガイドブックにのっていたら助かる情報はなんですか？

（複数回答可）

指さし会話表・交通ルール・無料公衆無線LAN環境・換金所・宿泊施設・現地の観光Webサイト・郷土料理店・おすすめの観光スポット・体験施設・外国語が通じる病院・イベント・おみやげ・その他（ ）

問8. どこにガイドブックが売っていたら買いますか？

駅・空港・本屋・旅行代理店・コンビニ・インターネット・買わない・その他

3-4. 9月：台湾高雄での調査

9月13日から16日にかけて台湾高雄で現地調査を実施した。現地の調査概要と結果は以下のとおりである。

① 14日10時～11時 日本航空高雄支店

日本航空高雄支店支店長 北村克紀氏に対してインタビュー調査を実施した。そこで得られた情報としては、「台湾人の旅行形態」「青森へ来る台湾人」「台湾人の旅行目的」の3つである。

写真4. JAL 高雄支店でのインタビュー調査の様子



1. 台湾人の旅行形態について

まず、台湾人の旅行形態について、台湾人は家族で旅行することが多く、その旅行期間は大半が5日間ということだった。さらに、日本への旅行では、1つの県で満足することなく、複数の県を5日間で旅行するということが多かった。これらから、ガイドブックに載せる情報に新幹線や空港へ行くバスなども掲載したほうが効果的であることがうかがえる

2. 青森へ来る台湾人について

日本旅行へ行く全体の 8%の人々しか東北に来ていないという情報と、桜や奥入瀬といった有名なところへいく台湾人はいるが、オフシーズン（青森でいう冬）の話はあまり聞かないという情報をえた。さらに、東京や大阪などの観光地には、台湾人がたくさん行くのでマニアックな情報を取り込んだツアーを作るが、東北についてはまだ行ったことがある人・東北を知っている人が相対的に少ないので代表的なコンテンツを紹介するツアーを作っているという情報もえた。

3. 台湾人の旅行目的

台湾人は旅行で大切にしていることとして、「食」という情報をえた。その中でも、高級な料理よりも、旅行先にいる現地の人々が普段食べているお手軽な料理を好むこと、日本のラーメンをしょっぱいといいつつもその味には慣れていて食べることを、ウーロン茶よりもコーヒーを飲んでいるといった細かい情報がえられた。

このことから、ガイドブックの内容には食の内容をもう少し取り込み、弘前がコーヒーで有名なのでそれも載せると台湾人にウケることが期待できる。

② 15 日 10 時～11 時 30 分 日台交流協会高雄事務所

日台交流協会高雄事務所副所長 山下文夫氏にインタビューを行った。ここで得られた情報としては、「台湾の事情」「台湾の訪日状況」の 2 つである。

1、台湾事情について

まず、台湾の基本的データ・政治状況・経済状況・地方自治体等による日台交流といった台湾のマクロ的な情報と高雄のミクロ的な情報を聞いた。ここでは改めて、事前調査の通り、台湾と日本の関係が良好であることが確認できた。

写真 5. 交流協会高雄事務所でのインタビュー調査の様子



2. 台湾人の訪日状況について

次に、台湾人観光客について話を聞いた。日本航空高雄支店の北村氏と同様に台湾人の旅行形態としては家族中心であり、それをターゲットにしたツアーを誘致することが大きなポイントとなることがわかった。

また、新しい動向として、20～30代の台湾人はテーマや体験を通じた旅行に興味があることがわかった。紙面がゆるす場合にかぎり、このようなコンテンツを組み込んでいくことも視野に入れることが確認された。

③ 15日午前 百貨店・旅行会社視察

MEGA・三越・SOGOに視察に行った。MEGAの中に入っている台湾の大型書店誠品書店では、台湾で実際に売られている日本のガイドブックを調査した。書棚には東京・大阪がメインに置かれていて、青森県が掲載されているガイドブックは8冊であった。ただし、青森県単独のガイドブックは無く、東北で一括りにされているか、日本全体のガイドブックに青森県のコンテンツが数点掲載されている程度であった。

そのほかのガイドブックとしては、景色をテーマにしたもの・四季をテーマにした

もの・食をテーマにしたものなど地域というカテゴリー以外のガイドブックも多く見られた。全体のガイドブックを見てみると、事前調査通り台湾で売られているものは写真が比較的小さく、文字の分量としては多かった。

写真 6. 書店で売られていたガイドブック



旅行会社は、雄獅旅游と燦星旅游の窓口に行き、日本のツアーが載っているパンフレットを入手した。9月は紅葉がメインでツアー期間は5日間というのがほとんどだった。しかし、東北のツアーはどちらの旅行会社も1つずつしか見つけることができなかった。

④ 15日午後 百貨店視察

15日午後、高雄市の大統百貨店と漢神百貨店の中の主に本屋と食品が売られている地下のスーパーの視察を行った。

本屋で売られているガイドブックは、東北地方のものは少なく、東京や京都・沖縄のものが多かった。また、東北地方のものはひとつの県に特化したものではなく、やはり「東北」でまとめられていた。このことから、台湾の書店で「青森県」のガイドブックを販売するとすれば、東京や京都などよく売られているものと大きく差別化をして、見た目で引き付けるものがなければ手にとってもらえないことがわかった。

写真7. ガイドブックを視察する様子



また、大統百貨店の書店で一番売れているガイドブックを店員に尋ねると、「東京都の攻略本といったコンセプトもの」という回答をえた。それは、約600ページもあり、かなり厚みがあった。その内容を見ると、東北地方のガイドブックは、既に有名なもののだけがいくつか大きく取り上げられているのに対して、食・ショッピング・観光施設などのあらゆる項目が広く浅く取り上げられていた。

青森県や弘前市に特化したガイドブック作成するには、東京都と青森県を同じ土俵の上で比べるのではなく、少ない項目のなかでも大きなコンテンツについてより詳しく、狭く深い情報を掲載するかどうか帰国後の検討項目となった。

スーパーでは主にりんごが売られているスペースを視察した。台湾産や他の国で生

産されたりんごは、小さくて低価格だったが、青森で生産されたりんごは箱で売られており、1個300円ほどのものだった。

写真8. 大統百貨店で販売されていた青森産りんご



事前準備の時点で、台湾では青森のりんごは贈答品として用いられていると知っていたが、実際にそれを確認することができた。また、青森県産りんごを使用したジュースやソフトクリームも販売していた。大きくはっきり青森県産と書かれており、「青森県＝りんご」といった認識が広まっていることもあわせて確認できた。

そのほかの果物や野菜売り場でもそれぞれの産地が分かりやすく表記されており、販路として書店ばかりではなく、百貨店やスーパーの青果コーナーにガイドブックを置いてもよいかもしれないという意見も出ていた。

以上、これら視察調査から多くの台湾人にとって、「青森県＝りんご」であることを再確認できたので、ガイドブックを作っていくうえで、りんごは特集として、1番に載せ、主なコンテンツと同じくらいかそれ以上の量で取り上げていく方針が固まっていた。

⑤ 最終的な調査日程

高雄での調査では、上記以外にも現地旅行会社へのインタビュー調査と高雄大学

生とペアを組んでアンケート調査を実施する予定だった。しかし、この2つについては残念ながら実施できなかった。

9月14日に台湾高雄をスーパーハリケーンが直撃したことがその理由である。この台風は、台湾の観測史上最大の風速を記録するほど強力なものであった。事実、建物に取り付けられている看板も強風のために、吹き飛ばされたりしていた。この影響を受け、9月14日午後から高雄市内の交通機関はすべて運休となった。また百貨店をはじめすべての飲食店やスーパーも午後から休店となっていた。もちろん、旅行会社も激しい雨風を避けるためにシャッターを閉じていた。そして多くの企業は午前中には社員を帰宅させたりしていた。このような状態であったため、予定していた現地旅行会社へのインタビュー調査は実施できなかった。

写真9. 暴風雨の様子



また翌15日は台風の影響で市内の街路樹はほとんどなぎ倒されていた。なぎ倒された街路樹の影響で道路が塞がれており、交通機関も軒並みマヒしていた。ほとんどの人は台風が過ぎた後の片づけに追われていた。当初、我々と一緒にアンケート調査をする予定であった高雄大学学生も自宅周辺の掃除や移動が困難であるとのことから、当日になって調査協力ができないとの連絡を受けた。我々も、町の状況をみて、倫理的観点からアンケート調査を取りやめた。その代わりに、百貨店は

15 日には開店したいため、その視察調査を実施した。

写真 10. 台風が過ぎ去った後の町の様子



最終的には、現地調査は以下ようになった。文字を赤くしているところが、台風の影響を受けて変更した点である。

9 月 13 日(火) 弘前～青森空港～羽田空港～成田空港～高雄国際空港

9 月 14 日(水) 午前：日本航空公司高雄事業所インタビュー調査

午後：ホテルにて資料整理と打ち合わせ

9 月 15 日(木) 午前：台湾交流協会高雄事務所インタビュー調査

百貨店視察調査

午後：百貨店視察調査

9 月 16 日(金) 高雄国際空港～成田空港～羽田空港～青森空港～弘前

なお、現地調査でえることができなかった情報については、後日メールベースで問い合わせを行うなど、追跡調査で補うこととした。ただ、ここで十分な情報を収集しきれなかったこともあり、結果としては青森県全体のイメージや認知に関する情報収集が中心となってしまった。この結果、ガイドブックについても弘前市を中心とした

青森県のガイドブックとなってしまった。

⑥ 仮説検証の結果

高雄での仮説検証を通じて、ガイドブックのターゲット、掲載情報などについて以下のように決定した。

1. ターゲット

はじめから、青森県や弘前市を訪問する台湾人は多くないことから、「2回目以降の訪日客」であることと「家族旅行として弘前市や青森県を訪れていること」を想定したガイドブックを作成することとなった。また、一口に家族といっても、旅行中の消費額が異なる。そのため、家族の中でも最も消費額が多いのは、50 から 60 代をメインターゲットとすることにした。

2. 掲載情報

りんごを中心とした内容にすることにした。台湾では青森県産のりんごは贈答品とされており高価であった。それでも、現地で美味しいりんごを食べたいと考えている旅行者は存在する。そういった旅行者のために、りんごやアップルパイなどが楽しめる場所を中心に掲載した。アップルパイについては、日本航空 北村氏からの「ウーロン茶よりもコーヒーをよく飲む」という情報を基に、喫茶店で食せるアップルパイを掲載した。

りんご以外としては、家族旅行者をターゲットとしていることから、家族全体で楽しめるように青森県の代表的な観光地であるワ・ラッセや立佞武多の館、十和田市現代美術館なども掲載した。このほかにも、指さし会話表や簡潔な地図などの補足情報も掲載した。

3-5. 10月～12月：ガイドブック作成

事前調査や台湾での現地調査をもとにガイドブック作成を10月から開始した。主な作業としては、ガイドブックのレイアウトやガイドブックに載せる文章の作成、繁体字への翻訳依頼、写真収集であった。作成にあたってはガイドブックのレイアウトを考えながら、ガイドブックに載せるコンテンツの文章を多様な媒体を参考にした。ガ

ガイドブックに載せる写真ではそれぞれの各自治体にメールや電話で連絡し、写真や掲載許可をえた。レイアウトは、教育学部でデザインを専攻している学生と協力をえた。そして、台湾で購入したガイドブックを参考にし、進めていった。

ガイドブックのターゲットは、台湾でのインタビュー調査の結果をふまえて、シニアを中心とした家族にした。シニアを中心としたターゲットのため、掲載する写真を大きくし、見やすくシンプルなデザインにした。

ガイドブックの内容としては台湾での現地調査で青森県産りんごの高い人気があることから全 24 ページ中 9 ページをりんごの効能や成長過程、りんごを使ったお土産を掲載した。表紙もりんごの写真を載せ、りんごを意識した表紙にした。りんごのページが終わると青森県の有名な観光地や自然景勝地を載せた。これには、りんご以外に素晴らしい観光資源があることを発信する狙いもあった。

写真 11. 完成したガイドブックの 8-9 頁



ガイドブック作成作業と同時に、印刷会社への見積もり依頼や作成する際にかかるコスト、販売した際に得られる利益といった費用に関する調査を行った。

最後に、ガイドブックは実際に販売することはスケジュールの都合のため、実施できなかった。今後の販路開拓先としては JAL 高雄支店の方々の話などを踏まえ、台湾の旅行会社に販売することを検討中である。販売価格は 24 頁という薄さかと買い求めやすさを追求して 50 元(約 150 円)を考えている。ただ、実際の印刷費や書店へのリイヤーティーなど具体的なプロセスまでには至っておらず、販売価格と販売先については次年度以降に残された課題となった。

4. ガイドブックの掲載内容

ガイドブックは、24 頁からなっている。具体的な掲載内容は以下の表のとおりである。

頁	項目	掲載内容
1	表紙	
2	目次	
3	りんご概要	
4	りんごの生成過程	
5		
6	りんごの種類	ふじ，金星，王林，世界一，つがる，御所川原
7	アップルパイが 食べられる喫茶店	珈琲はなまる，ブーランジェリー・フー， パティスリーヴェルジュ，ル・ショコラ， 大正浪漫喫茶室
8	りんご公園	もぎとり体験
9		りんごカツカレー，りんごご飯， りんごラーメン，りんごかつ定食
10	宿泊施設	アップルランド，星野リゾート奥入瀬
11	お土産	りんごスナック，葉とらずりんごジュース， 葉とらずりんごジャム，いのち， りんごスティック，気になるりんご
12	祭りに関する	ワ・ラッセ，ねふた村，立佞武多の館
13	観光施設	
14	弘前市のイベントと 郷土料理飲食店	桜まつり，菊と紅葉祭り，雪灯籠祭り
15		
16		菊富士，わいわい
17	青森市の飲食店	帆立小屋，古川市場
18	津軽・三八上北・下北 の観光地	奥入瀬溪流，十和田湖，十和田市現代美術館， 八食センター，蕪島神社，大間崎，恐山， 白神山地，青池，田んぼアート，鶴の舞橋
19		

20	宿泊施設	石場旅館，縄文人の宿，星野リゾート青森屋， 海扇閣，ホテルグランメール山海荘， 不老ふ死温泉
21	補足情報	指さし会話表
22		青森県地図
23		弘前市地図
24	裏表紙	

5. 学生の感想

中川慧美

本実習は、主体的に学ぶことが求められるが、私はサポートという形で参加させていただいた為、どこまで立ち入っていいのかという葛藤があり、客観的視点を反映できないという自身の力不足を実感した。当初は個々の考えを結集できていないように思えたが、壁にぶつかりながらも試行錯誤を繰り返しているメンバーの姿をみて、話し合いを密に行い、役割分担を定め、チームが一丸となって取り組んだことにより、完成度の高いガイドブックに仕上がったのだと思う。

今悠里

冊子のデザインは私にとって初めての経験だった。更に台湾のガイドブックということだったので不安もあったが、当初からとても楽しみにしていた。だけど、新しくソフトを勉強し始めたり、作業も不慣れだったため想定外に時間がかかってしまい、実習のメンバーには迷惑をかけてしまった。しかし、協力的で親切なメンバーの助けもありデザインの技術や共同でひとつのものをつくる力を伸ばすことができ、とてもいい経験になった。

大槻俊太

この実習を通して、自分の役割の重要性を学んだ。自分はこのグループの中でどのような役割をしなければならないのか、ガイドブックを作るうえで徹底的に知識や経験が足りなかった。例えば、写真を集めることやレイアウトを考え、作成するのにどのくらいかかるのかを予想できずにメンバーにはとても迷惑をかけてしまった。自分ができなかった実情の中メンバーに進めてもらったりしながらガイドブックを完成することが出来た。とてもメンバーには感謝している。

佐藤杏奈

今回の活動を通して、1人1人が最後まで自分の役割をこなすこと、メンバー間での「報連相」、スケジュール管理などを含め、グループワークの難しさを改めて実感した。また、企業への掲載依頼などを通して今後必ず必要になるビジネスマナーも身につけることができた。投げ出したくなることも多々あったが、メンバーに助けられな

がら当初の目標であった「ガイドブックの完成」を達成することができてよかった。

鈴木千遥

実習を通して様々な職種の方と関わることができ、新しい考え方や価値観に出会えたことは自分にとって大変貴重な機会であった。また物事に興味を示してもらえるかというのはアプローチの仕方次第で可能性は十分に広がるのだとも感じた。グループワークの難しさやビジネスマナーに関する知識の乏しさなどを痛感し辛い時期もあったが、それを乗り越え活動をやり遂げられたことは今後社会人として働く上で自分の自信に繋がると思った。

関谷駿輔

今回の実習で私が一番学んだことは、スケジュールを管理することの難しさである。最後の目標を設定し、そこからどのような作業が必要になるのか、またその作業にどれだけの時間を要するのかを考え、スケジュールを立てる。この過程において自分が一番欠けていたのは、どのような作業が必要なのかを考えることだった。今では、課題があれば、必ずやっておかなければいけないことをあらかじめ考えられるようになった。今後の自分の人生においてこの活動は必ず役に立つであろう。

蜂谷志歩

今回の活動では、スケジュールの調整がうまくいかず当初の予定から大幅な変更を強いられることが度々あった。このことからスケジュールは余裕をもってたてなければならぬことを学んだ。

さらに、グループワークでは個人の得意不得意を考え仕事を割り振ることで効率よく仕事が進むということ、さらにはグループ間の報連相の大切さを痛感した。大変なことはたくさんあり、投げ出したくなることも何度かあったが、ガイドブックという現物を作り上げることによる達成感を得られ、社会に出てからの仕事の大変さ、楽しさを同時に学ぶことができ貴重な体験ができた。

本間朱莉

私はこの実習で、ひとつの企画を行う時には様々な人が関係しているということを学んだ。自分たちのスケジュールが遅れたり、ミスをすることがあり、そのミスは自分たちだけではなく多くの人に迷惑かけることになるということを活動の中で実感させられることが多かった。企業の方に迷惑をかけることやつらい時期もあったがガイドブックの印刷まですることができてよかった。今後、社会に出た時に実習を通して学んだことを活かしていきたいと思う。